

PERAWATAN KULIT WAJAH SEBAGAI GAYA HIDUP LAKI-LAKI

FACIAL SKIN CARE AS A MEN'S LIFESTYLE

Oleh : Siti Mayanfa`uni Al Ilhami dan Grendi Hendrastomo

Email : sitimayanfauni789@gmail.com

ABSTRAK

Globalisasi mendorong peningkatan industri *fashion* dan kosmetik. Sehingga saat ini tidak hanya perempuan yang merawat diri, namun laki-laki juga tertarik melakukan hal yang serupa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan alasan laki-laki dalam melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif pada laki-laki di Yogyakarta, dengan rentan usia 18-29 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi pustaka. Keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan alasan laki-laki melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup yakni menutupi rasa ketidakpercayaan diri, pekerjaan, dan pengaruh iklan. Makna melakukan perawatan kulit wajah pada laki-laki dianggap sebagai penentu kelas sosial dalam masyarakat dan memunculkan makna maskulinitas baru. Perawatan kulit wajah telah banyak digemari kaum laki-laki. Masyarakat dalam memandang hal tersebut sudah mulai menerima. Salah satu buktinya adalah tidak adanya *bullying* terhadap informan yang melakukan perawatan kulit wajah. Sehingga, perawatan kulit wajah bagi laki-laki dianggap menjadi hal yang biasa untuk dilakukan.

Kata Kunci: Laki-laki, Gaya hidup, Perawatan, Wajah

ABSTRACT

Globalization motivates the improvement of fashion and cosmetics industries. At this time not only women that do the skin care, but the men are also interested to do the same thing. This study uses qualitative descriptive method to describe the lifestyle caused by doing facial skin care for men with the research location in Yogyakarta, on men with the range of 18-29 years. The data collection method uses interview and literature study. The validity of the data is checked using source triangulation method. The data analysis techniques from Miles and Huberman. The results of the study showed that facial skin care as a men's lifestyle has several reasons, because they want to cover up their insecure, job demands, and the influence of advertisement. Besides that, the meaning of doing facial skin care for men is considered as the determinant of new style masculinity. This study also revealed that facial skin care is no longer only intended for women, but also there are many men who are interested in doing facial skin care. Society has begun to accept this matter. One proof is in this study did not find any bullying of informants or men doing facial skin care. Thus, at this time facial skin care for men is considered to be the usual thing to do.

Keyword: Men, Lifestyle, Care, Face

A. PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi dan transformasi kapitalisme konsumsi yang berdampak pada cara pandang masyarakat terhadap *trend* serta gaya hidup menjadi faktor pendorong melesatnya pasar *fashion* dan kosmetik pada masa kini. Hal tersebut dapat ditandai dengan menjamurnya industri mode atau *fashion* (Ibrahim dalam Kurniadi, 2017). Masyarakat saat ini telah diberikan akses yang luas untuk menikmati gaya hidup terkini melalui perkembangan industri *fashion*. Faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu jenis barang tertentu dapat dipengaruhi oleh faktor perubahan *trend* dan pasar. *Trend fashion* merupakan mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu. Industri kosmetik nasional mengungkapkan bahwa pertumbuhan industri kosmetik nasional meningkat empat kali lipat atau 20% dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Kenaikan pertumbuhan hingga *double digit* ini didorong permintaan besar dari pasar domestik dan ekspor seiring tren masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama (Epa, 2018).

Merawat tubuh tidak hanya menjadi kebutuhan kaum wanita saja,

akan tetapi hal tersebut sudah menjadi hal yang penting atau primer bagi kaum laki-laki. Pergeseran dimana laki-laki saat ini memperhatikan penampilannya kerap didorong oleh lingkungan, sebab manusia dan lingkungan merupakan dua hal yang terus menerus saling berinteraksi dan saling mempengaruhi. Menurut Swistinawati (dalam Kahija dan Triswidiastuty, 2015). Penampilan fisik merupakan hal yang dilihat pertama kali oleh orang lain khususnya di depan publik, sehingga kaum laki-laki berusaha untuk meningkatkan kepercayaan dirinya yang berhubungan dengan fisik secara langsung seperti dengan melakukan perawatan diri di salon, penggunaan pakaian yang sesuai dengan bentuk tubuh, serta menjaga kebugaran tubuh dengan berolahraga. Menurut Conger dan Peterson (dalam Perdani 2009) laki-laki yang mulai memasuki cara untuk memperbaiki penampilan fisik agar tampil lebih menarik.

Wajah merupakan aset yang penting bagi kebanyakan orang. Penampilan mempunyai kulit yang sehat dan bersih merupakan penunjang laki-laki untuk terlihat menarik dan enak dilihat. Tren perawatan kulit wajah muncul di kota-kota besar misalnya di daerah Menteng. Menurut pengelola *Crystal Aesthetic Klinik* Menteng (dalam Hanifah Nor, 2012), tren laki-laki merawat diri

sudah mulai terlihat sejak tahun 1997. Pada tahun 2007 merawat diri kerap dilakukan oleh waria atau gay yang menginginkan untuk dipermak bagian wajahnya. Namun, sejak tahun 2002 mulai dilakukan oleh laki-laki heteroseksual yang ingin wajahnya mempunyai tampilan sehat dan menarik. Urusan penampilan yang menarik juga tampak terlihat pada laki-laki di Yogyakarta atau yang sering disebut dengan Daerah Istimewa Yogyakarta. Berbagai klinik kecantikan dan produk-produk kecantikan di Yogyakarta memberikan perawatan wajah yang dikhususkan bagi kaum laki-laki. Menurut Yunita Ratih (dalam Prasetyo, 2013) mengatakan bahwa penyebab peningkatan tren perawatan wajah bagi laki-laki di Yogyakarta dikarenakan mempunyai kulit yang bersih dan sehat menjadi dambaan laki-laki di perkotaan. Ratih juga menuturkan bahwa kebanyakan laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah adalah dari kalangan mahasiswa serta eksekutif muda yang sudah bekerja. Banyaknya produk perawatan kuli wajah berlabel *for men* di Yogyakarta disadari ataupun tidak disadari memberikan pengaruh terhadap bagaimana idealnya penampilan seorang laki-laki. Sehingga laki-laki di Yogyakarta saat ini tidak canggung untuk melakukan perawatan kulit wajah melalui

produk-produk kecantikan atau mendatangi klinik kecantikan secara langsung.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dianggap penting karena saat ini laki-laki sudah mulai tertarik untuk melakukan dan menyukai perawatan kulit wajah yang kemudian dijadikan sebagai gaya hidup. Padahal awalnya hal tersebut hanya identik dilakukan oleh kaum perempuan. Menurut Alimi dkk, (2018) di Amerika adanya perubahan pada laki-laki melakukan perawatan kulit wajah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Sementara itu, di Indonesia laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah 95% merasakan kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari Pergeseran tersebut membawa banyak perubahan dalam masyarakat. Perubahan-perubahan yang terjadi pada akhirnya membuat laki-lakipun mengalami perubahan. Sebab, adanya tuntutan terhadap laki-laki dan sikap masyarakat yang menunjukkan bahwa daya penerimaan masyarakat terhadap laki-laki pesolek sudah mulai bisa diterima dengan baik. Kegiatan melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup laki-laki ini menjadi suatu hal kebiasaan dan dapat dikatakan sebagai gaya hidup konsumtif karena sudah terbiasa di lakukan dan berkelanjutan yang dapat mengakibatkan seorang laki-

laki tidak percaya diri apabila tidak melakukan kegiatan tersebut. Apalagi hal tersebut juga didukung oleh fasilitas perawatan kulit wajah bagi laki-laki yang semakin berkembang.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Laki-laki, Tubuh, dan Gaya Hidup

Menurut Pierre Bourdieu (dalam Kurniadi, 2017) tubuh menjadi kategori kelas sosial yang sangat penting, karena tubuh menjadi kekuatan simbolik yang dapat menunjukkan siapa mereka dan kekuasaan yang mereka miliki. Menurut Pierre Bourdieu (dalam Kurniadi, 2017) tubuh menjadi kategori kelas sosial yang sangat penting, karena tubuh menjadi kekuatan simbolik yang dapat menunjukkan siapa mereka dan kekuasaan mereka.

Menurut Pierre Bourdieu (dalam Raditya, 2014) juga berpandangan bahwa tubuh merupakan sumber kekuasaan yang simbolik. Tubuh manusia tanpa disadari sudah memberikan proyeksi simbolik tentang suatu kekuasaan dibaliknyanya. Misalnya laki-laki yang mempunyai tubuh kekar memiliki kecenderungan laki-laki yang kuat dan siap “mematahkan” tulang-tulangnyanya ketika ada orang yang hendak melukainya. Sedangkan tubuh yang halus, indah, terawat, harum, dan tampak elegan cenderung mempunyai kesan atau simbol

orang kaya, yang mempunyai harta, dan bekerja dibidang yang terhormat serta prestisius dalam masyarakat. Oleh karena itu, tidak heran apabila kini tubuh menjadi bagian dari kelas sosial dalam masyarakat dan masyarakatpun berusaha memperhatikan tubuhnya dengan baik.

Melihat padangan mengenai laki-laki serta tubuhnya yang juga dapat mempengaruhi kelas sosial, maka hal tersebut akan berkaitan juga dengan gaya hidup laki-laki. David Chaney (dalam Kurniadi, 2017) memberikan definisi mengenai gaya hidup yakni pola-pola atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk dapat membedakan antara orang yang satu dengan orang lain. Dalam perkembangan gaya hidup selalu dikaitkan dengan tren. Dalam hal ini, tren dapat diartikan sebagai sesuatu yang sedang disukai oleh orang banyak. Laki-laki juga tidak menutup kemungkinan untuk merawat dirinya layaknya hal-hal yang identik dengan perempuan. Sebab, setiap laki-laki dan tubuh yang dimiliki mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda sekaligus akan dapat mempengaruhi kelas sosial laki-laki tersebut. Gaya hidup laki-laki juga akan memberikan identitas pada dirinya. Sebab gaya hidup dapat mempengaruhi bagaimana seorang laki-laki tersebut dipandang oleh orang lain. Identitas menurut Stella Ting Tomy (dalam Kuniadi, 2017) menyebutkan

merujuk pada refleksi dari diri kita sendiri dan persepsi orang lain terhadap diri kita. Laki-laki, tubuh, dan gaya hidupnya mengacu pada kebutuhan dan orientasi yang akan di lakukannya.

2. Perawatan Kulit Wajah dan Gaya Hidup

Perawatan kulit wajah yang mulai menarik perhatian laki-laki apabila dilakukan secara terus menerus bahkan menjadi kebiasaan, maka dapat disebut sebagai gaya hidup. Gaya hidup (dalam Ristiana, 2016) dapat diartikan sebagai cara hidup seseorang yang dapat ditandai dengan tingkah laku dalam kehidupan sehari-hari, seperti bagaimana orang dalam menghabiskan waktu (aktivitas), bagaimana mereka menganggap lingkungannya penting untuk kelangsungan hidupnya, serta bagaimana mereka memikirkan tentang dirinya sendiri. Perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup laki-laki tidak terlepas dari pernyataan bahwa selera dan gaya hidup laki-laki tidak dapat dilihat dari proses sosialisasi yang dimulai pada usia muda. Seorang laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah juga berasal dari pertimbangan-pertimbangan mereka. Dalam teori pilihan rasional Coleman (dalam Ritzer, 2014) mengemukakan bahwa ketika seseorang telah membuat tindakan yang menurutnya rasional

adalah untuk mencapai tujuan yang ia inginkan. Tujuan tersebut dapat tercapai apabila seseorang dapat memaksimalkan dalam memanfaatkan sumber daya yang ia punya. Dalam hal ini melakukan perawatan kulit wajah adalah supaya ia mendapatkan pengakuan dan status dalam lingkungan masyarakat. Perawatan kulit wajah yang dilakukan oleh laki-laki dapat memberikan penjelasan mengenai gaya hidup yang dilakukannya. Seseorang melakukan perawatan kulit wajah untuk menjaga kesehatan dan keindahan wajahnya sehingga penampilannya tersebut akan menarik untuk dilihat orang lain dan diakui masyarakat

3. Maskulinitas dan Masyarakat Pesolek (*Dandy Society*)

Menurut Martin (dalam Sasmara, 2017) maskulinitas yang melekat tersebut dapat dibentuk dari faktor pembentukan biologis dan definisi sosial. Secara umum sifat-sifat yang identik dengan maskulinitas adalah kemandirian, keberanian, dan ketegasan. Makna maskulinitas kerap berkaitan dengan pemaknaan tubuh. Tubuh, seksualitas, emosionalitas, kesemuanya itu dilihat sebagai daya-daya liar dan sumber keresahan. Menurut Bourdieu (dalam Sasmara, 2017) dunia sosial mengkontruksi tubuh sebagai realitas sosial yang diseksualkan dan sebagai pemegang gudang penyimpanan prinsip

visi dan pembagian yang menseksualkan. Perbedaan antara maskulin dan feminin dapat dilihat secara biologis dalam bentuk fisik yang mengakibatkan adanya pembagian dan perbedaan. Sehingga pemaknaan maskulin dapat disebut sebagai usaha dalam menggambarkan bagaimana laki-laki atau pria dapat mengelola apa yang melekat pada dirinya serta bagaimana ia dapat menggambarkan bagaimana penampilan yang seharusnya.

Adanya maskulinitas baru yang berkembang dalam masyarakat tentu akan memunculkan paradigma baru mengenai makna maskulinitas. Salah satunya adalah masyarakat pesolek. Dandy Society atau masyarakat pesolek merupakan orang-orang yang sangat identik sekali dengan konsumtivisme. Moers (dalam Rutherford, 2014) mengatakan bahwa salah satu contoh dari sejarah modernitas yang telah dikenal yakni dengan mempunyai gaya hidup untuk menghidupkan estetika desain personal adalah jenis komunitas pesolek. makna maskulinitas pada laki-laki saat ini tidak lagi soal bentuk tubuh yang kekar. Namun laki-laki dengan tubuh yang sehat, bersih, serta wajah yang terawat juga mempunyai pemaknaan maskulinitas yang lebih modern pada saat ini. Laki-laki mulai berlomba-lomba untuk melakukan perawatan kulit wajah dengan tujuan mendapatkan pengakuan sebagai laki-laki

yang maskulin dari orang lain. Laki-laki yang ingin dianggap berpenampilan keren yaitu laki-laki yang mempunyai tubuh tinggi, wajahnya bersih, dan cara berpakaianya juga rapi. Laki-laki yang melakukan perawatan kulit dianggap sebagai laki-laki yang peduli terhadap penampilan seperti mempunyai wajah yang halus, cerah, dan segar serta mempunyai gaya berpenampilan yang rapi dan stylish. Menurut Sasmara (2017) istilah masyarakat pesolek menjadi salah satu bukti bahwa maskulinitas pada laki-laki tidak hanya mengandalkan kekuatan otot dan postur tubuh namun kepada gaya berpenampilan yang lebih diperhatikan dan tubuh yang lebih terawat.

C. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Yogyakarta, tepatnya pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup. Alasan peneliti mengambil penelitian di Yogyakarta karena Yogyakarta merupakan kota yang modern baik dalam hal teknologi informasi dan komunikasi maupun hal yang lain. Di Yogyakarta juga didukung oleh maraknya pengguna produk perawatan kulit wajah pada kaum laki-laki. Disamping itu, klinik kecantikan juga banyak berdiri di Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan dimulai dari awal Juni 2019 hingga akhir Juli 2019.

3. Bentuk Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif karena hasilnya dideskripsikan dalam bentuk naratif. Sugiyono (2014:8) berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang penelitiannya dilakukan secara alamiah, dimana hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi.

4. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah laki-laki di Yogyakarta. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* artinya pengambilan sampel disesuaikan dengan tujuan penelitian yang melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup. Adapun yang menjadi kriteria informan dalam penelitian ini adalah laki-laki di Yogyakarta yang melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup dengan rentang usia 18-29 tahun, serta menggunakan perawatan kulit wajah minimal 1 kali dalam seminggu atau mendatangi klinik kecantikan.

5. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah 10 informan. Data

primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dimana data tersebut diambil langsung oleh peneliti kepada sumber secara langsung melalui informan. Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data dari wawancara bersumber pada informan yaitu laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data tertulis dalam penelitian ini adalah buku-buku, literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkaitan dengan perawatan kulit wajah pada laki-laki dan gaya hidup mahasiswa.

6. Teknik dan Instrumen Penelitian

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dimana wawancara dilakukan sesuai dengan pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti, tetapi dalam proses wawancara dikembangkan sesuai dengan jawaban informan yang menunjang proses penelitian.

b. Studi Pustaka

Penelitian ini dilakukan studi pustaka dengan cara mencari referensi buku, arsip, artikel, dan jurnal penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu mengenai perawatan kulit wajah

sebagai gaya hidup laki-laki. Studi pustaka ini sangatlah penting agar dapat dipertanggungjawabkan dasar teori dalam penelitian ini

7. Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan teknik variabel triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan validitas data yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini peneliti membandingkan hasil wawancara dari informan dengan sumber data yang telah ada seperti pada buku-buku, jurnal, dan lain-lain.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik milik Miles dan Huberman yang terdiri dari empat komponen yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data/interpretasi hasil analisis, dan penarikan kesimpulan.

D. PEMBAHASAN DAN ANALISIS

1. Latar Belakang Laki-laki Melakukan Perawatan Kulit Wajah sebagai Gaya Hidup

a. Laki-laki dan Gaya Hidup Perawatan Kulit Wajah

Masyarakat pada umumnya selalu akan bertindak sesuai dengan pandangan mereka dan akan selalu berkaitan dengan

kebudayaan. Kebudayaan adalah sesuatu yang dapat dikatakan sebagai pedoman atas tindakan yang dilakukan oleh seorang individu sebagai tindakan sosial. Budaya dalam perkembangannya selalu mengalami perubahan. Tren perawatan kulit wajah pada laki-laki terjadi akibat perubahan pola pikir masyarakat yang semakin modern. Asumsi yang menyatakan bahwa perawatan kulit wajah hanya menjadi kebutuhan primer kaum perempuan, kini sudah mulai bergeser yang juga menjadi kebutuhan primer sebagian besar laki-laki termasuk di Yogyakarta. Kebutuhan primer tersebut didorong oleh berbagai faktor yang salah satunya adanya faktor eksternal seperti pergaulan dan pekerjaan yang menuntut mereka untuk selalu tampil di depan layar.

Laki-laki yang sedang mencari jati dirinya, tentu tidak dapat terlepas dari pengaruh budaya populer yang dalam hal ini merupakan perawatan kulit wajah. Perawatan kulit wajah pada laki-laki dapat dilakukan menggunakan produk perawatan kulit wajah yang ada di pasaran atau dengan mendatangi klinik kecantikan. Menurut dr. Titin (dalam Haris, 2019) mengatakan bahwa perawatan kulit wajah yang dilakukan di klinik kecantikan akan ditangani langsung oleh dokter yang ada di klinik tersebut. Mereka juga akan diberikan

resep dokter seperti cream malam dan pagi, melakukan facial, serta berbagai solusi yang tujuannya adalah untuk mendapatkan kulit wajah yang sesuai dengan harapan mereka. Beliau juga mengatakan bahwa resep dokter tersebut cenderung memberikan efek atau hasil yang lebih cepat dibandingkan dengan lainnya. Kemudian, perawatan kulit wajah yang dilakukan dengan menggunakan produk perawatan kulit wajah yang dijual di pasaran seperti Nivea Men, Garnier Men, dan lain-lain cenderung lebih praktis dan mudah didapatkan, serta harganya yang lebih murah jika dibandingkan dengan perawatan di klinik kecantikan. Namun kandungan yang ada di dalamnya lebih rendah, karena tidak ada pengawasan dokter. Sehingga hasil yang ditimbulkan cenderung lebih lama.

Menurut Adam (2017) mengekspresikan diri melalui penampilan salah satunya dengan melakukan perawatan kulit wajah yang saat ini sedang marak digemari oleh kaum laki-laki sejatinya sudah ada sejak lama. Hanya saja kehadirannya baru diterima dan menjadi tren baru-baru ini. Praktek perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup laki-laki juga dapat menentukan kelas

sosial laki-laki tersebut dalam masyarakat. Menurut Pierre Bourdieu (dalam Raditya, 2014) laki-laki yang mempunyai tubuh halus, indah, terawat, harum akan tampak cenderung mempunyai kesan atau simbol orang kaya yang mempunyai harta, dan bekerja dalam bidang yang terhormat serta prestisius dalam masyarakat. Sehingga laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah selain mereka mendapatkan manfaat dalam segi penampilan wajahnya, mereka juga akan menduduki kelas sosial tertentu dalam masyarakat.

Berdasarkan paparan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa laki-laki tertarik melakukan perawatan kulit wajah mempunyai tujuan tertentu yakni salah satunya untuk menjaga dan merawat penampilan dirinya khususnya pada bagian wajahnya. Sebab, penampilan adalah suatu hal yang dilihat oleh orang lain dan dapat memberikan representasi bagi orang tersebut.

b. Alasan Laki-laki Melakukan Perawatan Kulit Wajah

Setiap individu yang ada di dunia ini tentu mempunyai alasan atas tindakan yang dilakukan. Bagi kaum laki-laki ataupun perempuan, bagaimana dia dipersepsikan dalam lingkungan atau lingkup sosialnya adalah suatu hal yang penting dan diperhatikan. Di era yang serba modern seperti saat ini, gaya dan penampilan sangat memberikan kontribusi yang besar terhadap persepsi lingkungan sosialnya. Melalui adanya perkembangan globalisasi, modernisasi, teknologi, dan sebagainya turut mendorong perkembangan *fashion* di dunia sangat mudah untuk di akses oleh masyarakat Indonesia.

Belakangan ini, kaum laki-laki mulai tertarik untuk melakukan perawatan kulit khususnya perawatan kulit wajah. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah, terdapat alasan mereka menggunakan perawatan kulit wajah dalam kehidupan sehari-hari. Alasan

tersebut antara lain karena untuk menutupi ketidakpercayaan diri, tuntutan pekerjaan, dan pengaruh iklan.

1) Menutupi Ketidakpercayaan Diri

Kepercayaan diri menurut Pertiwi (2009) dapat diartikan sebagai suatu layanan terhadap diri sendiri yang mengakibatkan ia mampu menangani segala situasi dengan tenang. Salah satu bentuk kepercayaan diri yang kerap dilakukan oleh para remaja akhir termasuk mahasiswa laki-laki ataupun perempuan adalah dengan memperhatikan penampilannya. Menurut Fakhruniza (2018) penampilan yang paling utama adalah wajah, sebab wajah berhubungan langsung dengan orang lain saat melakukan komunikasi.

Motivasi melakukan perawatan kulit wajah dapat dilatarbelakangi oleh ketidakpercayaan diri pada seorang individu. . Biasanya mereka mempunyai kondisi wajah yang tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan atau dengan kata lain adanya rasa ketidakpuasan terhadap yang dimilikinya terutama pada

bagian wajah, yang mengakibatkan mereka akan melakukan berbagai usaha untuk mencapai kepuasannya yang salah satunya dengan melakukan perawatan kulit wajah. Permasalahan kulit wajah yang kerap muncul pada kaum laki-laki adalah jerawat, komedo, kulit kusam, tampak gelap, dan sebagainya.

Hal tersebut selaras dengan yang dikatakan Chaney (dalam Kurniadi, 2017) lookism adalah sebuah teori yang menganggap bahwa apabila seseorang dengan tampilan yang baik, maka akan lebih sukseslah seseorang tersebut dalam kehidupannya. Penampilan yang dapat menutupi ketidakpercayaan diri atau menunjang kepercayaan diri yang dianggap mempunyai daya tarik dan “nilai jual” lebih baik, maka akan memberikan dampak positif bagi mereka.

2) Pekerjaan

Penggunaan perawatan kulit wajah pada laki-laki tidak lain merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya yang dimiliki oleh laki-laki tersebut serta mempunyai tujuan tertentu dan telah

melalui pertimbangan yang matang. Salah satu faktornya adalah adanya kebutuhan tuntutan pekerjaan yang mereka lakukan. Dalam dunia kerja, penampilan seorang karyawan atau pekerja telah menjadi hal yang sangat penting. Hal tersebut dapat kita lihat dari iklan-iklan lowongan pekerjaan yang pada umumnya mencantumkan “penampilan menarik” sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh para pelamar kerja baik laki-laki maupun perempuan.

Pekerjaan yang dimaksud dalam hal ini adalah pekerjaan yang menuntut mereka untuk selalu berhadapan dengan orang lain secara langsung, atau dengan kata lain pekerjaan di depan layar. Misalnya seperti bekerja di wedding organizer, penyiar TV, Penyanyi, dan lain sebagainya. Beberapa informan juga ada yang bekerja sebagai driver ojek online yang juga memperhatikan penampilannya dengan salah satu tujuannya adalah untuk kepentingan pribadinya. Penampilannya tersebut dapat menjadi dorongan untuk

mendapatkan tip dari customer yang tentunya akan sangat menguntungkan bagi driver tersebut. kondisi cuaca yang berubah ubah kerap menimbulkan permasalahan kulit wajah.

Melalui penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat dilihat bahwa perawatan kulit wajah yang dilakukan oleh informan adalah sebuah kebutuhan yang dipicu oleh lingkungan sosialnya. Hal tersebut juga selaras dengan yang disebutkan oleh Murray (dalam Santoso, 2010) bahwa kebutuhan bisa dirangsang oleh faktor internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh faktor lingkungannya.

3) Pengaruh Iklan

Berbagai iklan serta promo yang menggiurkan dapat memberikan pengaruh terhadap cara berpikir seseorang. Iklan yang menawarkan produk perawatan kulit wajah baik untuk laki-laki maupun perempuan juga disertai dengan menghadirkan para tokoh idola atau selebriti yang mempunyai wajah mulus, bersih, dan menarik untuk menjadi

penguat atau bukti nyata dari hasil penggunaan produk tersebut. Sehingga muncul adanya rasa tertarik untuk mencoba hal baru yang ditawarkan terhadap produk iklan tersebut. Selain itu mereka akan lebih terdorong untuk melakukan perawatan kulit wajah apabila ada selebritis yang dapat memberikan bukti nyata atau penguatan atas apa yang dia pilih dan sarankan. Seperti yang diungkapkan oleh Jean Baudrillard (dalam Sari, 2019) yang mengatakan bahwa teknologi berperan penting dalam konteks tersebut yang diidentifikasi bahwa tumbuhnya masyarakat konsumsi sebagai salah satu dampak dari globalisasi dan kecenderungan seseorang ketika membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya, tetapi karena gaya hidup demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh iklan.

Bahkan sering dikatakan juga iklan dapat mencuci otak manusia supaya melakukan hal yang sesuai dengan iklan tersebut. Mahzab *Frankfurt* seperti

Adorno dan Mercuse (dalam Amiruddin, 2018) berpendapat bahwa iklan sebagai sarana membujuk orang untuk membeli dan mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan.

Menurut Suyanto (2014) iklan juga berpengaruh dalam memelihara masyarakat kapitalis dengan menciptakan kebutuhan palsu terhadap orang-orang yang dirayu dengan aliran barang-barang

c. Makna Perawatan Kulit Wajah sebagai Gaya Hidup Laki-laki

Salah satu bagian penting yang ada pada tubuh atau diri seseorang baik laki-laki atau perempuan adalah wajah. Wajah menurut Kahija dan Triswidiastuti (2015) merupakan bagian pada tubuh atau diri yang dilihat pertama kali oleh orang lain dan dapat menimbulkan representasi yang berbeda bagi setiap orang yang melihatnya. Sehingga perkembangan globalisasi menggiring masyarakat baik laki-laki atau perempuan untuk semakin peduli dan memperhatikan penampilannya yang dalam hal ini digambarkan dengan wajah yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, melakukan perawatan kulit wajah tidak hanya memberikan makna kepuasan atas efek

yang ditimbulkan pada kulit wajahnya saja, namun juga menjadi obat penawar stress dan *quality time* dengan dirinya sendiri. Hal tersebut tentu memberikan dampak yang positif terhadap kondisi psikologis orang tersebut.

Selain itu, makna melakukan perawatan kulit wajah bagi setiap informan memberikan manfaat terhadap penampilannya. Bahkan menurut Prasetyo (2013) melakukan perawatan kulit wajah bagi laki-laki juga memberikan sifat maskulin bagi laki-laki tersebut. Maskulinitas atau yang bisa disebut dengan kepriaan, kejantanan, atau kedewasaan adalah sebuah set atribut, kebiasaan, dan peran yang diasosiasikan terhadap seorang laki-laki. Adanya *trend* perawatan kulit wajah yang dilakukan oleh laki-laki sebagai gaya hidup menggeser maskulinitas tradisional menjadi maskulinitas modern. Menurut Ramadhani (2014) maskulinitas baru berkembang seiring dengan perkembangan modernisasi dan cenderung mempunyai nilai-nilai yang lebih rumit yang salah satunya adalah memasukkan unsur-unsur feminis. Salah satu tokoh maskulinitas baru seperti David Beckham, Christiano Ronaldo, Taufik Hidayat, dan lain-lain.

Melihat hal tersebut, melakukan perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup turut menjadikan laki-laki yang

menggunakannya mempunyai representasi sebagai laki-laki yang maskulin. Urusan bersolek pada laki-laki menjadi salah satu bagian dari maskulinitas laki-laki gaya baru atau dalam hal ini sering disebut dengan *dandy society* adalah suatu nilai feminis yang diadopsi oleh maskulinitas gaya baru. Laki-laki yang maskulin di representasikan sebagai seorang laki-laki yang memperhatikan penampilan tubuhnya, merawat badannya, mempunyai gaya yang modis, potongan rambut yang rapi serta bertubuh ideal. Hal tersebut memberikan bukti bahwa laki-laki yang memperhatikan penampilannya melalui melakukan perawatan kulit wajah, ia merupakan representasi dari laki-laki maskulin masa kini. Sehingga pandangan laki-laki yang maskulin saat ini tidak selalu soal laki-laki yang mempunyai otot besar, bertubuh kekar, namun lebih kepada penampilan fisik yang baik dan rapi.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Perawatan kulit wajah adalah salah satu bentuk budaya yang sedang populer atau tren pada saat ini yang juga merupakan dampak dari adanya perkembangan *fashion* dunia. Perawatan kulit wajah sebagai gaya hidup laki-laki merupakan bagian dari *lifestyle* yang

menunjukkan bahwa penggunaannya adalah laki-laki dengan gaya hidup yang antusias dan memperhatikan penampilan serta *fashion*.

Gaya hidup melakukan perawatan kulit wajah yang dilakukan oleh laki-laki dilatarbelakangi oleh beberapa faktor diantaranya adalah untuk menutupi ketidakpercayaan diri, tuntutan pekerjaan, dan pengaruh iklan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa berpenampilan menarik bagi kaum laki-laki telah menjadi hal yang penting. Sebab, adanya pandangan maskulinitas gaya baru memberikan makna pada laki-laki untuk menjaga penampilannya demi mendapatkan julukan laki-laki maskulin. Disamping itu, perawatan kulit wajah juga menjadi salah satu sarana untuk berekspresi dan mengkomunikasikan gaya yang mereka punya kepada orang lain.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa masalah *fashion* yang dalam hal ini adalah perawatan kulit wajah dewasa ini sudah tidak lagi hanya diperuntukkan bagi kaum perempuan, akan tetapi kaum laki-laki juga sudah banyak yang tertarik melakukan perawatan kulit wajah. Dalam hal ini masalah bersolek tidak lagi menjadi monopoli perempuan, sebab laki-laki juga berhak dalam urusan bersolek. Masyarakat dalam memandang hal tersebut juga sudah mulai terbuka atau

menerima. Salah satu buktinya adalah dalam penelitian ini tidak menemukan adanya *bullying* terhadap informan atau laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah. Sehingga, perawatan kulit wajah bagi kaum laki-laki pada saat ini dianggap menjadi hal yang biasa untuk dilakukan.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian “Perawatan Kulit Wajah sebagai Gaya Hidup Laki-laki”, maka peneliti mengajukan saran bagi pihak Universitas yakni dalam memandang pemakaian perawatan kulit wajah sebagai *trend* atau budaya populer hendaknya disikapi dengan sikap yang positif sebagai bagian dari mahasiswa laki-laki khususnya, dalam membangun penampilan yang lebih baik, terutama citra penampilan kampus pendidikan yang ideal. Sikap positif yang dimaksud dalam hal ini adalah dengan tidak memandang sebelah mata kepada laki-laki yang melakukan perawatan kulit wajah dengan pandangan yang memberikan “kesan negatif”. Kemudian bagi mahasiswa, hendaknya pemakaian tren perawatan kulit wajah bagi laki-laki dapat dijadikan sebagai sarana edukasi yang positif khususnya bagi *fashion* laki-laki. Mahasiswa dapat mengambil nilai-nilai positif dari adanya *fashion* dan pemakaian perawatan kulit wajah bagi laki-laki. Citra laki-laki maskulin modern

yang identik dengan wajah bersih, tampan, dan berpenampilan menarik merupakan nilai-nilai positif yang dapat diterapkan dalam kehidupan masyarakat ataupun akademik. Sehingga, hasil penelitian ini tentunya dapat digunakan untuk menambah wawasan keilmuan bagi mahasiswa maupun pihak Universitas.

F. DAFTAR PUSTAKA

Adam, Aulia. 2017. *Pertumbuhan Industri Kecantikan Pria*. Tersedia di <https://tirto.id/ledakan-industri-kecantikan-pria-cuZc>. Diakses pada 4 November 2019

Amiruddin, Ahmad. 2018. *Budaya Shopping Online; Analisis Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta*. Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Program Pascasarjana Universitas PGRI Yogyakarta

Alimi dkk. 2018. Redefinisi Konsep Maskulinitas Laki-laki Pengguna Perawatan Kulit di Klinik Kecantikan Armina Desa Robayan Jepara. *Jurnal UNNES*. No.1. Hal 345-347

Epa. 2018. *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%*. Tersedia di <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18957/Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20>. Diakses 29 Juni 2019

Fachruniza, Anggun. 2018. *Hubungan Citra Wajah dengan Motivasi Menggunakan Skincare pada Mahasiswa Pengguna Skincare Di Universitas Muhammadiyah*

- Surakarta. Skripsi Mahasiswa Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sosial Postmodern. Bantul: Kreasi Wacana
- Rutherford, Jonathan. 2014. *Male Order: Menguak Maskulinitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Haris, Abdul. 2019. *Apa beda krim dokter dengan skincare? Ini kata dokter*. Tersedia di <https://akurat.co/gayahidup/id-665909-read-apa-beda-krim-dokter-dengan-skincare-ini-kata-dokter>. Diakses 21 Januari 2020
- Ramadhani, Muthia. 2014. *Melanoma Lebih Mematikan Pria Ketimbang Wanita*. Tersedia di <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/14/08/29/nb2m9t-melanoma-lebih-mematikan-pria-ketimbang-wanita>. Diakses 6 November 2019
- Kurniadi, Dadang. 2017. *Pomade sebagai Identitas (Studi pada Komunitas Pomade Enthusiast Jogja)*. Skripsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta
- Sasmara, Dwi. 2017. *Popularitas Barbershop dan Kesadaran Fesyen Mahasiswa Yogyakarta*. Skripsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta
- Kahija dan Triswidiastuti. 2015. Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual. *Jurnal Empati*. Vol. 4. No. 2. Hal: 58-64
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta [Tecnologi dan Bisnis Online](https://sbm.binus.ac.id/2016/08/16/teknologi-dan-bisnis-online/). (2016). Tersedia di: <https://sbm.binus.ac.id/2016/08/16/teknologi-dan-bisnis-online/>. Diakses pada 5 Juni 2019
- Pertiwi, Damayanti. 2009. *Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Minat Membeli Kosmetik Pada Konsumen Klinik Kecantikan*. Skripsi Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Surakarta
- Santosa, S. 2010. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Prasetyo, Budi. 2013. *Trend Perawatan Wajah Pria*. Tersedia di <http://www.tribunnews.com/lifestyle/2013/01/29/tren-perawatan-wajah-pria>. Diakses 16 Agustus 2019.
- Sari, Yunita. 2019. *Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta*. Skripsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Raditya, Ardhie. 2014. *Sosiologi Tubuh (Membentang Teori di Ranah Aplikasi)*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara
- Suyanto, M. 2014. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ritzer, G & Goodman D.J. (eds). 2014. *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori*